

діяльність, здобувають конкурентні переваги і забезпечують довгострокову лояльність клієнтів.

Таким чином, інновації не є просто додатковими можливостями для готельно-ресторанних закладів – вони стали необхідною умовою для їхнього виживання і успішного розвитку. Підприємства, які готові інвестувати в нові технології та підходи, мають значно більше шансів на досягнення високих результатів у своїй діяльності. Успішна реалізація інноваційних стратегій дозволяє компаніям не лише відповідати сучасним вимогам, але й формувати нові стандарти обслуговування, що робить їх лідерами у сфері гостинності. У підсумку, інновації стають запорукою сталого розвитку індустрії, сприяючи створенню більш комфортних та якісних умов для споживачів.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко В.В. Інновації у сфері гостинності: цифрові рішення для сучасних готелів. *Інноваційні процеси в економіці*. 2020. С. 41.
2. Іванов С.С. Екологічна сталість як фактор конкурентоспроможності готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та управління підприємствами*. 2021. С. 39.
3. Коваленко Л.М. Вплив екологічних технологій на розвиток підприємств сфери гостинності. // *Наукові праці*. 2022. С. 35.
4. Петренко О.П. Енергозберігаючі технології в готелях: перспективи розвитку. // *Журнал туризму і екології*. 2021. С. 40.
5. Олійник Т.В. Використання штучного інтелекту для покращення якості обслуговування у готельному бізнесі. // *Технології та інновації*. 2023. С. 47.
6. Зайцев П.Г. Цифровий маркетинг у сфері туризму: нові підходи та інструменти. // *Туристичний бізнес сьогодні*. 2022. С. 50.

Мяшина Я.О

здобувачка вищої освіти

Зікін Н.Л.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри
менеджменту готельно-ресторанного бізнесу*

Державний торговельно-економічний університет

м. Київ, Україна

ВЕБСАЙТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДИСТРИБУЦІЇ В СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

В еру інформації та її відкритої доступності наявність власного веб-сайту з приємного бонусу перетворилось на базову необхідність. В свою чергу, відсутність сайту говорить про віддаленість суб'єкта підприємницької діяльності від сучасних тенденцій. Згідно з останніми даними, до 2028 року близько 76% доходів від туризму і подорожей складатиме онлайн-продажі [1], що підкреслює важливість цифровізації будь-якого бізнесу в індустрії гостинності.

Створення сайтів вийшло на максимально доступний рівень з безліччю варіацій. Багато компаній надають послуги з дизайну, створення та технічної

підтримки веб-сайтів, що дозволяє створити унікальний стиль, який впишеться в загальну стилістику готелю. Якщо раніше першим, що бачив гість був вхід в будівлю, то тепер, у більшості випадків, це саме сайт, який має виглядати гарно, бути зручним та працювати швидко, без помилок та перебоїв. А в умовах високої конкуренції, особливо у сфері гостинності, створення зручного та багатофункціонального сайту є надзвичайною конкурентною перевагою.

Для дослідження впливу веб-сайтів на ведення бізнесу обрано три вітчизняні готелі: «Дідух», «Стара Правда» та «Нау Boutique». Всі сайти відрізняються між собою дизайном, вмістом, проте основа мета залишається незмінною – збільшення обсягу продажів та залучення клієнтів. Важливою складовою будь-якого сайту є юзабіліті – швидкість завантаження контенту, простота навігації та доступність викладеної інформації. Наприклад, Нау Boutique має дуже привабливу картинку та логічну навігацію. Однак, через наявність інтерактивних елементів і анімації, швидкість завантаження контенту значно знижується, що може змусити користувачів залишити сторінку та віддати перевагу конкуренту з більш ефективним веб-сайтом. Дослідження показують, що затримка завантаження сторінки впливає на конверсії. Конверсії зменшуються на 7% за кожен секунду затримки [2]. З іншого боку, сайт Стара Правда демонструє кращу ефективність з точки зору юзабіліті, адже має чітку структуру та не має зайвих анімацій. Чітка і логічна структура покращує швидкість завантаження сторінки та продуктивність, мінімізуючи показники відмов і збільшуючи ймовірність того, що користувачі будуть проводити більше часу на веб-сайті та здійснювати конверсії [3].

З іншого боку, сайт готелю «Дідух» досягає значного успіху завдяки стратегії SEO та займає лідируючі позиції на пошукових сайтах, завдяки влучним ключовим словам. Однак, сайт готелю, на нашу думку, не формує достатньої привабливості у потенційного споживача: не має достатньої кількості описів та фото-контенту, що ускладнює сприйняття готелю. Користувачам важко зрозуміти, що пропонує готель через відсутність візуального контенту та емоційного залучення, що може істотно знизити показники конверсії та залучення клієнтів.

Характеристика сайту готелю «Стара Правда» відзначається простотою навігації та широкою галереєю з фото- та відео-контентом. Основною перевагою сайту є якраз баланс між інформаційним та емоційним контентом, що залучає більше гостей і підвищує вірогідність здійснення бронювання готелю. Однак, з іншого боку, «Стара Правда» поступається іншим, з точки зору дизайну. Наприклад, Нау Boutique має елегантний та сучасний дизайн, який виділяє готель на фоні численних конкурентів. Основна ідея дизайну сайту полягає в інтеграції візуальних елементів, які відображають унікальність, стиль і атмосферу готелю та окремого номеру. Статистика говорить, що перше враження про сайт формується протягом 5 секунд, а 94% перших вражень на веб-сайті ґрунтуються на його візуальному сприйнятті та дизайні [4]. Це підкреслює важливість естетично привабливого та зрозумілого дизайну.

Окрім вищезгаданого, важливо відзначити, що для сучасного веб-сайту вкрай важливим є адаптивність до мобільних пристроїв. Потенційні споживачі, все частіше і частіше, використовують мобільні пристрої для пошуку та знайомства із готелями. Досліджені готелі демонструють адаптованість до мобільної версії, а деякі працюють, навіть, швидше за комп'ютерну версію. Варто зазначити, що у готелі «Дідух» відсутня можливість вибору мову, що звужує цільову аудиторію та погіршує користувацький досвід.

Отже, характеристика веб-сайтів в готельному бізнесі показує неможливість функціонування готелю без власного сайту чи додатку. Основними перевагами роботи веб-сайтів підприємств є: організація робочого процесу, спрощення контакту між гостем і персоналом, прискорення процесу бронювання та оплати, можливість надання актуальної та оновленої інформації.

Список використаних джерел:

1. 50 Online Travel Booking Statistics. URL: <https://www.dreambigtravelfarblog.com/blog/online-travel-booking-statistics> (дата звернення: 30.10.2024)
2. Page Speed and Decreased Conversion Rates. URL: <https://www.outerboxdesign.com/digital-marketing/page-speed-conversion-statistics/> (дата звернення: 30.10.2024)
3. The Impact of Flat Site Structure on Conversion Rates and User Engagement. URL: <https://www.flowmatters.com/blog/the-impact-of-flat-site-structure-on-conversion-rates-and-user-engagement/> (дата звернення: 30.10.2024)
4. 30 Astonishing Website Design Industry Statistics for 2024. URL: <https://websitebuilder.org/blog/website-design-industry-statistics/> (дата звернення: 30.10.2024)

Ніколаєва О.О.
студентка, спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
4 курс, група БЕМ-13216
Стригуль Л. С.
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри
туризму і готельно-ресторанного бізнесу
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»
м. Харків, Україна

СУТНІСТЬ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

У сучасному ринковому середовищі процес діджиталізації є одним із ключових рушіїв економічного зростання для бізнесу та суспільства в цілому. Зміни у зовнішньому середовищі, такі як технологічні трансформації, вдосконалення інформаційних процесів та поява нових споживчих потреб, стимулюють розвиток діджиталізації в усьому світі. Діджиталізація – це процес перетворення та впровадження цифрових технологій, щоб оптимізувати